

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan kondisi ekonomi yang berubah pesat, memberikan pengaruh yang besar terhadap dunia usaha. Agar perusahaan dapat lebih bersaing, maka harus lebih transparan dalam mengungkapkan informasi perusahaannya, sehingga akan lebih membantu para pengambil keputusan dalam mengantisipasi kondisi yang semakin berubah. Kondisi tersebut disebabkan oleh perkembangan dinamika sosial terutama berkaitan dengan Globalisasi, pasar bebas (*free market*), kerja sama ekonomi dan lebih penting lagi dari dinamika sosial tersebut adalah semakin meningkatnya kesadaran dan tuntutan masyarakat tentang Hak Asasi Manusia, keadilan, kesetaraan, sosial, lingkungan hidup dan pemberdayaan (*empowering*) masyarakat serta informasi dan transparansi (*well informed*) atas aktivitas suatu perusahaan.

Keberadaan perusahaan dalam lingkungan masyarakat dapat memberikan dampak yang positif dan negatif. Dampak positif yang dirasakan oleh masyarakat, antara lain memberikan kesempatan kerja, peningkatan ekonomi, sosial dan lingkungan dalam bentuk kesejahteraan, infrastruktur, tata sosial, ilmu pengetahuan dan teknologi namun disisi lain tidak jarang masyarakat mendapatkan dampak buruk dari aktivitas perusahaan seperti relokasi masyarakat kecil, ketimpangan sosial, polusi udara, pencemaran lingkungan dan sejenisnya.

Di dalam konsep perusahaan konvensional, pusat perhatian hanya terbatas kepada *stakeholders* dan *bondholders*, yang secara langsung memberikan

kontribusinya bagi perusahaan, sedangkan pihak lain sering diabaikan. Berbagai kritik muncul bagi konsep perusahaan konvensional, karena konsep tersebut dianggap tidak dapat mengakomodasi kepentingan masyarakat secara luas. Hal ini mendorong munculnya konsep baru yang disebut sebagai *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

Isu mengenai *corporate social responsibility (CSR)* menjadi pokok perbincangan oleh berbagai kalangan. Dalam hal ini masyarakat mulai kritis menyikapi isu CSR tersebut, semakin banyak orang yang paham seberapa pentingnya kegiatan CSR ini. Meningkatnya kesadaran masyarakat mengenai dunia bisnis menciptakan sebuah persepsi jika perusahaan dapat disamakan seperti individu. Sehingga dalam melakukan kegiatan mereka harus berlaku jujur, mematuhi hukum, menjunjung integritas, tidak melakukan penyelewengan, dan harus mempertanggungjawabkan semua kegiatannya.

Mengetahui hal tersebut perusahaan sadar, untuk dapat bertahan dalam bisnis sekarang ini perusahaan tidak bisa hanya mengandalkan pencapaian profit semata, hal ini dikarenakan konsumen mulai sadar akan pentingnya CSR yang dilakukan sebuah perusahaan. Penerapan dan pelaksanaan kegiatan CSR yang benar dapat mempengaruhi keputusan yang akan dipilih konsumen, akankah konsumen menerima produk perusahaan tersebut atau tidak

Tanggung jawab sosial perusahaan(CSR) merupakan keseluruhan hubungan perusahaan dengan semua stakeholdernya, yang meliputi konsumen, karyawan, masyarakat, pemilik atau investor, pemerintah, dan pemasok. Selain tuntutan masyarakat, tekanan dari pemerintah juga berperan dalam mendorong perusahaan untuk memperhatikan tanggung jawab sosialnya. Agar dapat

berkesinambungan, perusahaan sangat perlu mempertimbangkan lingkungan sosialnya dalam setiap keputusan yang diambil. Salah satu media yang dapat digunakan untuk mengungkapkan informasi sosial dan lingkungan perusahaan adalah melalui laporan tahunan perusahaan yang diterbitkan oleh perusahaan.

Mayoritas perusahaan di Indonesia mulai melakukan kegiatan CSR nya sejak periode 2007. Perusahaan mengetahui bahwa kinerja ekonomi tanpa didukung oleh kinerja sosial tidak akan mampu menjamin keberlanjutan keberadaan dari perusahaan itu sendiri. Perusahaan mengerti bahwa pengembangan lingkungan adalah tempat yang akan membantu aktivitas perusahaan itu sendiri. Perusahaan membangun dan memelihara hubungan baik khususnya dengan lingkungan tempatnya di sekitar lokasi operasional perusahaan, maupun dengan negara pada umumnya. Mengingat arti pentingnya hubungan baik ini, perusahaan selalu menjadikan tanggung jawab sosial (CSR) sebagai media dalam proses produksi perusahaan.

Penerapan CSR tersebut tidak hanya meningkatkan kinerja ekonomi tetapi juga meningkatkan kinerja sosial dengan ikut serta pengembangan lingkungan tempatnya beroperasi maupun memberi sumbangan kepada pembangunan negara. Selain itu, kebijakan CSR yang diterapkan perusahaan juga mampu mencegah timbulnya ketegangan atau konflik dengan lingkungan dan masyarakat luas yang dapat mempengaruhi perusahaan.

Pengungkapan terhadap aspek *social*, *ethical*, *environment* dan *sustainability* (SEES) menjadi suatu cara bagi perusahaan untuk mengkomunikasikan bentuk akuntabilitasnya kepada para *stakeholder*. *Sustainability reporting* sebagaimana yang direkomendasikan oleh *Global*

Reporting Initiative (GRI) terfokus pada tiga aspek kinerja yaitu ekonomi (*economic*), lingkungan (*environmental*), dan sosial (*social*). *Sustainability Report* ialah laporan yang berisi informasi kinerja keuangan dan non keuangan yang terdiri dari informasi mengenai kegiatan perusahaan dalam aspek ekonomi, sosial dan lingkungan yang memungkinkan keberlanjutan perusahaan tersebut (Elkington, 1997:70). *Sustainability* atau keberlanjutan ialah keseimbangan antara *people, planet, profit* dan yang disebut dengan konsep *Triple Bottom Line*.

Di Indonesia, telah ditetapkan aturan bagi perusahaan untuk melaporkan pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungannya dalam Pasal 66 Ayat 2 Undang-Undang No.40 / 2007 tentang Perseroan Terbatas dan aturan Bapepam-LK yang mengharuskan emiten mengungkapkan pelaksanaan kegiatan Corporate Social Responsibility (CSR) di dalam laporan tahunan perusahaan. Untuk lebih lanjut, tanggung jawab sosial dan lingkungan dibahas di pasal 74. Pada pasal ini dijelaskan bahwa tanggung jawab sosial dan lingkungan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran. Selain itu dijelaskan pula sanksi bagi perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Ketentuan mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 47 tahun 2012. Dalam Peraturan Pemerintah ini diatur mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan yang dilakukan oleh perseroan, pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan, tanggung jawab sosial dan lingkungan dilaksanakan berdasarkan rencana kerja tahunan, pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan disusun dengan kepatutan dan kewajaran, pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan wajib dimuat

dalam laporan tahunan perseroan, penegasan pengaturan pengenaan sanksi perseroan yang tidak melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan, penghargaan bagi perseroan yang telah berperan dan melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan dapat diberikan oleh instansi yang berwenang (Suardi dan Yuniarta,2015). Untuk mengapresiasi perusahaan-perusahaan yang telah mengungkapkan laporan berkelanjutan (*sustainability report*), Institut Akuntan Manajemen Indonesia (IAMI) bekerja sama dengan *National Center for Sustainability Reporting* (NCSR) yang merupakan sebuah organisasi non-profit yang didirikan pada tahun 2005 oleh lima organisasi terkemuka,yaitu Institut Akuntan Manajemen Indonesia (IAMI), *Indonesian Netherlands Association* (INA), *Forum fo Corporate Governance in Indonesia* (FCGI), Komite Nasional Kebijakan *Governance* (KNKG) dan Asosiasi Emiten Indonesia (AEI) menyelenggarakan sebuah penghargaan *Indonesia Sustainability Report Award* (ISRA) (Akuntan Indonesia,2008).

ISRA adalah penghargaan yang diberikan kepada perusahaan – perusahaan yang telah membuat pelaporan atas kegiatan yang menyangkut aspek lingkungan dan sosial disamping aspek ekonomi untuk memelihara keberlanjutan (*sustainability*) perusahaan itu sendiri. Dengan diadakannya ISRA diharapkan mampu untuk memotivasi perusahaan untuk menerapkan *Sustainability Reporting*, sebagai bentuk pelaporan pertanggung jawaban sosial perusahaan sehingga dapat berbentuk *good corporate governance* (Ulfah,2010). Selain itu dengan diadakannya ISRA dapat memotivasi perusahaan lain yang belum mengungkapkan *Sustainability Report* untuk segera menerapkan dan mengungkapkannya. *Sustainability report* yang diimplementasikan secara

berkelanjutan oleh perusahaan dapat mempengaruhi citra perusahaan dan akan berdampak bagi besarnya *profit* yang diperoleh pada periode tertentu karena produk perusahaan telah dikenal baik oleh para konsumen sehingga mereka pun loyal terhadap *output* perusahaan (Kusuma, 2012).

Perusahaan yang baik tentunya memiliki kinerja keuangan yang baik pula. Suatu perusahaan dapat menarik di mata para investor maupun pengamat bisnis apabila memiliki rasio keuangan yang diatas rata-rata. Ada beberapa cara untuk menghitung seberapa baik kinerja keuangan yang telah dicapai oleh sebuah perusahaan,.

Pada awalnya, ISRA yang merupakan sarana mengapresiasi perusahaan untuk menerbitkan *sustainability report*, fokusnya menjadi berubah seiring dengan berkembangnya fungsi ISRA tersebut. Ternyata, berdasarkan beberapa penelitian sebelumnya, ISRA mampu membuat dampak secara signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Firmani (2013) yang menunjukkan hasil bahwa terdapat perbedaan kinerja keuangan (profitabilitas) antara sebelum dan setelah pengumuman ISRA. Begitu juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Maria (2015) yang menunjukkan hasil bahwa pengungkapan *sustainability report* berpengaruh positif dan signifikan terhadap ROA. Penelitian yang dilakukan oleh Teuku (2016) menunjukkan ada perbedaan yang signifikan dari kinerja keuangan yang diprosikan dengan *earning per share* dan volume perdagangan saham menunjukkan ada perbedaan yang signifikan antara sebelum dan sesudah meraih ISRA.

Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Arthani (2016) menunjukkan tidak ada perbedaan kinerja keuangan (profitabilitas) antara perusahaan pemenang

dan bukan pemenang ISRA begitu juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Felia (2014) menunjukkan hasil bahwa tidak ada perbedaan antara perusahaan yang mengikuti penghargaan ISRA secara konsisten dan yang tidak konsisten dari sisi rasio likuiditas. Sebagian besar penelitian yang sudah dilakukan menggunakan rasio profitabilitas dan likuiditas, dikarenakan rasio-rasio tersebut memiliki pengaruh yang besar bagi perusahaan. Sedangkan untuk rasio keuangan yang lain tidak terlalu diperhitungkan dalam berbagai penelitian.

Karena kurangnya penelitian akan rasio keuangan yang lain, peneliti ingin meneliti lebih jauh mengenai bagaimana perbedaan kinerja keuangan perusahaan dari sisi *liquidity ratio*(*current ratio*), *solvabilitas* (*total debt equity ratio*), *profitabilitas* (*return on equity*), *activity ratio* (*total assets turnover*) dan *market ratio* (*price earning ratio*). Perbedaannya dilakukan antara periode sebelum dan sesudah meraih penghargaan ISRA dalam jangka waktu tiga tahun sebelum dan tiga tahun sesudah.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka masalah dalam penelitian ini adalah:

Apakah terdapat perbedaan hasil kinerja keuangan perusahaan sebelum memenangkan penghargaan ISRA dengan sesudah memenangkan penghargaan.

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah untuk mengetahui terdapat perbedaan yang signifikan antara kinerja keuangan perusahaan sebelum dan sesudah memperoleh penghargaan ISRA.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini antara lain:

1. Memberikan pemahaman tentang pentingnya pengungkapan *sustainability report* sehingga dapat menjadi rencana perusahaan dalam menaikkan kinerja keuangan.
2. Penghargaan ISRA dapat meningkatkan reputasi perusahaan dan memudahkan investor untuk mengambil keputusan dan sebagai informasi tambahan untuk bahan pertimbangan dalam melakukan investasi dan membuat kebijakan.
3. Bagi pihak lain, sebagai bahan bacaan atau literatur mengenai *Sustainability Report* dan sebagai referensi tambahan bagi para peneliti selanjutnya.

1.5 Batasan Penelitian

Adapun batasan dari penelitian ini adalah:

1. Penelitian ini menganalisis perbedaan kinerja keuangan perusahaan pemenang ISRA tahun 2012, yaitu dengan jangka waktu tiga tahun sebelum 2012 (2009,2010,2011) dan tiga tahun sesudah tahun 2012 (2013,2014,2015) .

2. Penelitian ini menggunakan lima alat ukur kinerja keuangan yaitu Rasio *Likuiditas (Current Ratio)*, Rasio *Solvabilitas (Total Debt to Equity Ratio)*, Rasio *Profitabilitas (Return On Equity)*, Rasio *Aktivitas (Total assets turn over ratio)*, dan Rasio Pasar (*Price earning ratio*)
3. Perusahaan yang diteliti merupakan Perusahaan Non Keuangan yang memenangkan penghargaan.

1.6 Sistematika Penulisan

Penulisan penelitian ini dibagi dalam 5 bab sebagai berikut:

Bab I, Pendahuluan, membahas latar belakang yang menjadi dasar penelitian. Terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penulisan dan sistematika penulisan

Bab II, Kajian Pustaka, membahas teori yang berhubungan dengan masalah penelitian. Hal ini dapat membantu sebagai dasar pemecahan masalah. Selain itu, bab ini juga membahas penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian ini.

Bab III, Metodologi Penelitian, memberikan gambaran perencanaan dalam melakukan penelitian. Bab ini juga mencakup jenis penelitian, batasan penelitian, jenis dan sumber data serta metode analisis

Bab IV, Analisa dan Diskusi, berisikan hasil pengolahan data berdasarkan metodologi penelitian. Dan terakhir, Bab V, Penutup, menjelaskan mengenai hasil penelitian serta saran-sara untuk penelitian berikutnya.